

BAB III

Metode Penelitian

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengenai *net profit margin*, pertumbuhan penjualan, dan price earning ratio terhadap harga saham pada industri tekstil yang *go public* periode tahun 2012-2016. Lokasi yang digunakan untuk penelitian adalah Pojok Bursa Efek Indonesia (BEI) GKB2 kampus Universitas Muhammadiyah Malang. Pemilihan lokasi yang digunakan dimaksudkan agar data yang dijadikan bahan kajian penelitian lebih akurat.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif kuantitatif dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yang dipilih kemudian dianalisis dan disimpulkan antara variabel bebas yaitu *net profit margin*, pertumbuhan penjualan, dan *price earning ratio* variabel terikatnya yaitu harga saham.

C. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan 4 variabel penelitian yang terdiri atas 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat yaitu harga saham. *Net profit margin*, pertumbuhan penjualan, dan *price earning ratio* sebagai variabel terikat. Definisi dari variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Harga Saham (Y)

Harga saham adalah harga dari suatu saham yang ditentukan pada saat pasar saham sedang berlangsung dengan berdasarkan kepada permintaan

dan penawaran pada saham yang dimaksud. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan nominal penutupan dari harga saham sebagai variabel dependen. Kesuma (dalam Clarenisia *et al.* 2011) menyatakan bahwa harga saham adalah nilai nominal penutupan (*closing price*) dari penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas yang berlaku secara reguler dipasar modal indonesia.

2. NPM (X1)

NPM dalam penelitian ini dihitung dari membagi laba bersih setelah pajak dengan penjualan menunjukkan laba per rupiah penjualan. NPM dinyatakan dalam persen (%).

$$\text{net profit margin} = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{penjualan}}$$

3. Pertumbuhan penjualan (X2)

Pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini yaitu kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Cara melihatnya adalah dengan membandingkan penjualan pada tahun ke t setelah dikurangi penjualan pada periode sebelumnya terhadap penjualan pada periode sebelumnya dinyatakan dalam persen(%).

$$\text{pertumbuhan} = \frac{\text{penjualan (t)} - \text{penjualan (t-1)}}{\text{penjualan (t-1)}} \times 100\%$$

Keterangan:

t : penjualan pada tahun ke t,

t- : penjualan pada periode sebelumnya.

4. Price earning ratio (X3)

Price earning ratio dalam penelitian ini yaitu suatu rasio yang biasa digunakan untuk mengukur market price atau harga pasar pada setiap lembar saham biasa dengan keuntungan per lembar saham. Price earning ratio dinyatakan dalam persen (%)

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Share}}$$

D. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan berupa angka sesuai dengan bentuknya. Data kuantitatif dapat dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik (Siregar, 2013). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data NPM, pertumbuhan penjualan, dan *price earning ratio* antara tahun 2012-2016.

2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data pengumpulan orang lain atau pihak lain dengan maksud tertentu dan mempunyai kategorisasi atau klasifikasi tertentu (Soeratno dkk, 2003). Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari data dari hasil laporan keuangan perusahaan industri Tekstil Go Publik yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia.

E. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder

yaitu data yang diperoleh bukan langsung dari sumbernya. Data dalam penelitian ini bersumber dari laporan keuangan yang diterbitkan oleh *Indonesia Capital Market Directory* (ICDM) dan *IDX Statistics*.

F. Populasi dan sampel

Penelitian kuantitatif pada penelitian survei (*survey research*), keberadaan populasi dan sampel sangat penting. Populasi dan sampel merupakan sumber utama untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam mengungkapkan fenomena yang dijadikan fokus penelitian.

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono. 2010:115). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Tekstil yang aktif *go public* di bursa efek Indonesia tahun 2012-2016.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih Anwar (2011:87). Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan sampel *purposive sampling*. metode pengambilan sampel ini didasarkan pada pertimbangan tertentu. Kriteria sampel yang digunakan meliputi:

- a. Laporan keuangan selama periode penelitian yaitu dari tahun 2012-2016 yaitu perusahaan yang aktif dan tercatat dalam *list* BEI selama 5 tahun berturut-turut selama periode penelitian.

- b. Perusahaan memiliki data sesuai dengan faktor-faktor yang diteliti selama tahun 2012-2016.
- c. Harga saham yang digunakan yaitu harga penutupan tahunan.

G. Teknik Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier memiliki beberapa asumsi dasar yang harus dipenuhi untuk menghasilkan estimasi yang baik atau dikenal dengan BLUE atau *Best Linier Unbias Estimator* (Ajija, 2011). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut asumsi klasik, asumsi klasik ini membahas masalah-masalah regresi lainnya, sebagai berikut:

a. Normalitas

Uji Normalitas untuk menguji apakah nilai residual yang ada pada model regresi berdistribusi normal atau tidak (Suliyanto, 2011:69). Cara untuk mendeteksi dengan analisis grafik. Analisis grafik melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi mendekati distribusi normal. Adapun dengan melihat normal Kolmogorov-Smirnov untuk mendeteksi normalitas data dapat dilakukan dengan Non-parametrik statistik dengan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) uji statistik lebih akurat.

b. Heteroskedastitas

Pengujian ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Mengamati ada tidaknya perubahan varian residu dari satu sampel ke sampel yang lain, deteksi adanya

heteroskedastisitas dengan melihat kurva heteroskedastisitas atau diagram pencar (*chart*):

1. Jika titik-titik terikat menyebar secara acak membentuk pola tertentu yang beraturan (bergelombang) melebar kemudian menyempit maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar baik dibawah atau atas 0 ada sumbu Y, maka hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Autokorelasi

Uji autokorelasi menurut Ghazali (2011: 110) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Mendeteksi gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian *Durbin-Watson*. Melakukan uji autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian DW. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

1. Bila nilai DW berada dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Bila nilai DW berada diantara -2 sampai 2 berarti tidak terjadi autokorelasi.
3. Bila nilai DW berada diatas 2 berarti ada autokorelasi negatif.

d. Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model

regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Pendeteksian terhadap multikolineeritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) dan *TOL(Tolerance)* dari hasil analisis regresi (Suliyanto, 2011). Apabila nilai $VIF > 10$ dan $Tol < 10$, maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi. Rumus untuk mencari multikolinieritas menggunakan VIF sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{TOL}$$

Dimana :

VIF = *Variance Inflation Factor*

TOL = Tolerance

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi berganda (*multiple regresion method*). Regresi berganda adalah dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel (Hasan, 2001:2). Yang mendasarkan diri pada hubungan antara dua variabel, yaitu: variabel dependen dan variabel independen. Seagai variabel independen yaitu (X1) NPM, (X2) pertumbuhan penjualan, (X3) PER, sedangkan variabel dependen yaitu harga saham (Y). Bentuk umum model regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y : Harga Saham (rupiah)

X1 : Profitabilitas NPM, dalam persen (%)

X2 : Pertumbuhan penjualan, dalam persen (%)

X3 : Price earning ratio, dalam persen (%)

Ln : natural logaritma

a : Konstanta (*intercept*)

e : Variabel Pengganggu (*Disturbance error*)

3. Koefisien determinasi R^2

Koefisien determinasi adalah uji untuk menunjukkan kemampuan garis regresi yang menerangkan variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Semakin mendekati 0 nilai dari R^2 maka akan semakin baik. Nilai R^2 sangat berguna untuk mengukur kedekatan antara nilai prediksi dengan nilai sesungguhnya dari variabel terikat (Nachrowi, 2006).

4. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

1. Uji – F (uji koefisien secara serempak)

Uji – F digunakan untuk melakukan uji hipotesis koefisien (*slope*) regresi secara bersamaan (Nachrowi, 2006, 318). Langkah-langkah

yang digunakan untuk menentukan hipotesis menggunakan Uji F dilakukan sebagai berikut:

a) Menentukan hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$ (tidak terdapat pengaruh secara keseluruhan antara variabel dependen dengan variabel independennya)

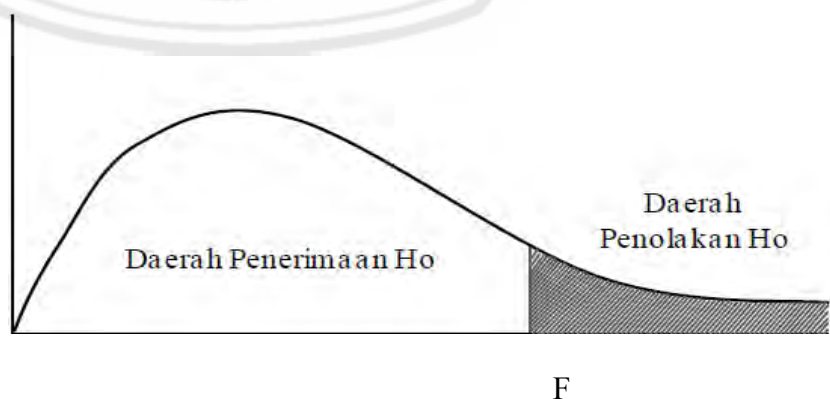
$H_a : b_1 > 0$ (terdapat pengaruh secara keseluruhan antara variabel dependen dengan variable independennya)

b) Menentukan tingkat keyakinan $\alpha = 5\%$

c) Kriteria pengujian

1) H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ yang bisa diartikan bahwa variabel independent tingkat inflasi, Tingkat suku bunga, Impor dan *Money supply* secara keseluruhan tidak mempengaruhi variabel dependen nilai tukar.

2) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang bisa diartikan bahwa variabel independent tingkat inflasi, Tingkat suku bunga, Impor dan *Money supply* secara keseluruhan mempengaruhi variabel dependen nilai tukar.



Gambar 3.2 Uji F

2. Uji – t (uji koefisien secara individu)

Uji – t menurut Suliyanto (2011:55) digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) dalam hal ini Variabel Independen tingkat inflasi, Tingkat suku bunga, Impor dan Money supply terhadap variabel dependennya dalam hal ini Nilai Tukar. Langkah – langkah untuk melakukan Uji – t adalah sebagai berikut:

a) Merumuskan hipotesis H_0 dan hipotesis alternatif H_a

$H_0 : b_1 = 0$ (tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen dan variabel dependen)

$H_a : b_1 > 0$ (terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen dan variabel dependen)

b) Menentukan taraf signifikan $\alpha = 5\%$

c) Kriteria pengujian

(1) H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ yang berarti variabel independen profitabilitas, pertumbuhan penjualan, *price earining ratio* tidak mempengaruhi variabel dependen harga saham.

(2) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti variabel independen profitabilitas, pertumbuhan penjualan, *price earining ratio* secara individu mempengaruhi variabel dependen harga saham.

b. uji hipotesis kedua

Analisis pengaruh bebas berpengaruh dominan terhadap variabel

terikat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} masing-masing

variabel independen. Nilai t_{hitung} dari variabel independen akan digunakan untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap harga saham. Nilai t_{hitung} variabel profitabilitas lebih besar dari pada t_{hitung} pertumbuhan penjualan, dan price earning ratio.

